以用户体验视角下的数字出版产品研究——以”闲鱼 APP”为例

聂婷婷

（北京印刷学院，北京 100000）

【摘要】随着近几年人民生活水平变好，人民购买欲上涨，越来越多的人对于出售闲置商品的想法愈加强烈，处于共享经济萌芽期的二手闲置平台应运而生，而闲鱼背靠信用支付体系阿里集团，在这其中脱颖而出。本文基于詹姆斯·加勒特提出的用户体验五要素对闲鱼 APP 展开研究，从战略层、范围层、结构层、框架层、表现层方面探究其用户体验和交互设计，对优化闲鱼 APP 的用户体验和提升、引导其他二手交易 APP 交具有重要意义。

【关键词】用户体验；数字出版产品；闲鱼

近年来，随着我国经济实力的提高、电商行业的发展，人们的购买欲望愈加强烈，冲动消费和报复性消费频频发生，促使了对消费后的闲置产品进行售卖，从而催生了二手交易市场的火爆，且随着当前产品周期的逐渐缩短，许多消费者会选择将“无用之品”卖出，兑换成金钱，从而再次投入到购买行为当中，形成一次次良性循环。再加上这两年受新冠疫情影响，人们对在线二手交易的需求愈加旺盛，二手市场如今是我国经济中蕴含显著增长潜力的领域之一。“闲鱼 APP”的面世，抓住了二手市场的迅猛发展时期，满足了二手市场的需求，因此，本文从用户体验角度出发，选择以“闲鱼 APP”为研究对象，分析其用户体验和交互设计，对提升、引导和规范二手 APP 交易市场具有切实意义。

一、基本概念

（一）闲鱼

“闲鱼”是阿里巴巴旗下二手闲置物品交易 APP，与淘宝不同的是它无需开设店铺就可以进行交易。[1] 在二手交易市场的角逐中优势突出。笔者通过对当前手机应用商店中较为受欢迎的几款二手交易 APP 进行对比分析，其中包括转转、爱回收等，发现闲鱼的下载量远远胜过其他二手交易 APP，由此可知，闲鱼 APP 是研究用户体验的不二人选。其自由便利

[1]张丽圆.基于民族志方法的“闲鱼”APP 用户研究[J].美与时代(上),2020(11):109-111.

的沟通模式和安全高效的交易模式增强了用户的使用率，提高了用户的留存率，还增加了用户的粘性。[2]据以上分析，对闲鱼 APP 从用户体验视角下分析其产品研究具有重大意义，对于未来关于“二手商品”的 APP 的设计也具有非常重要的指导意义，同时也有利于设计实践工作的开展。

（二）用户体验

“用户体验”一词最早由美国认知心理学家唐纳德·诺曼（Donald Norman）在 20 世纪 90 年代提出，他指的是人们对正在使用和期待使用的产品或服务的反馈，简单说就是这个产品服务能否让用户满意。因此，用户体验是一个主观的过程，且其注重实际应用时产生的效果。2008 年詹姆斯·加勒特在他著作的《用户体验要素：以用户为中心的产品设计》一书中阐明用户体验要素是由抽象到具体的五个层面，分别为战略层、范围层、结构层、框架层和表现层，每一个层面都是自上而下且相互关联。战略层是用户要素中最底层的结构，也是最基础的环节，它是把握产品总体方向的方向盘。它主要解决的是用户需求和产品目标，即“企业能通过产品得到什么”以及“用户能通过产品得到什么”；范围层是用户需求和产品目标的具体细化，总体可以划分为功能规格与内容需求两部分，即明确产品需要做的内容以及顺序，并确定产品的功能，在这一层面需要以用户为中心，以用户需求为导向，从而形成一个简单的初步计划；结构层是框架层的抽象表达，它需要考虑的是产品的信息架构和交互设计，通过对复杂的产品功能需求进行整理，梳理用户操作逻辑，保证用户体验的节奏流畅，功能分类准确，排列合理；框架层是用来总结提炼产品结构，确定产品的基本外观形态，让概念上抽象的结构变得具体化，它主要以线框图的方式呈现，主要包括界面设计、导航设计和信息设计，对视觉设计提供指导；表现层处在用户体验最顶层的位置，在此层面重点就是界面整体给用户的第一印象，也称之为感知设计，表现层上的内容是用户可以看到的，所以要对图标设计、整体配色、字体设计等因素展开探究，致力于吸引用户的目光，最终以协调、美观的视觉形式呈现在用户的眼前。[3]

产品在设计开发过程中一般是按照战略层、范围层、结构层、框架层和表现层的顺序逐层来进行的，但是在使用过程中被用户关注到的顺序一般是反过来的，即表现层、框架层、结构层、范围层和战略层。本文将基于用户体验的这五要素对闲鱼 APP 的用户体验进行探究，分析用户需求，定位用户体验优化方向，有利于闲鱼 APP 或其他的二手交易 APP 的优化升级。

[2] 管佳丽,周俊良.基于“闲鱼”App 的应用对构建回收平台及二手交易的可行性分析[J].电脑知识与技术,2021,17(28):54-55.

[3] 詹姆斯·加勒特，范晓燕，《用户体验要素：以用户为中心的产品设计》M,北京，机械工业出版社，2011，18-31，

二、闲鱼 APP 的用户体验研究

1.战略层

（1）产品目标

在对闲鱼 APP 展开研究之前，第一步是细分市场，精准定位，划分用户群体，从而获知用户的需求，为整体的设计奠定基础。闲鱼 APP 的目标用户是对于想要出售二手闲置商品和想要拥有二手闲置商品的人群，该产品的目的是在互联网搭建一个二手交易平台，挖掘用户的二手交易价值，为用户提供了一个使用安心且放心的二手沟通交易平台。产品主要方向是通过基本功能如二手商品的信息发布与真实交易等留住用户，扩大用户量，再通过附加功能如社交场景元素等转化大量新用户。

（2）用户需求

闲鱼 APP 最开始是基于用户想要出售和购买二手闲置商品的人群以及想要通过出售闲置二手商品赚取零花钱的人群，后来随着互联网移动支付的快速发展，各种购物节的逐渐兴起，已经变成了消费者们的狂欢，我们由此进入到了一个消费过剩的时代，人们对于在冲动消费下出售冲动购买的商品要求愈加强烈，而闲鱼 APP 的核心功能就是交易二手商品，它的移动化、门槛低、商品周转快完全满足了用户的需求。而商品的优劣、商品是否值得购入、小众商品圈子等，都通过构建闲鱼 APP 的社区交流服务等得以满足。

2.范围层

（1）功能规格

产品的范围层在获知用户的要求上为其提供合适的功能与内容，根据战略层中产品目标对于用户需求的的确定，通过发布闲置商品、购买限制商品、鱼塘功能中的商品分类、沟通交流界面、支付宝芝麻信用授权、淘宝绑定等基础功能满足用户对于二手商品交易的这一核心功能。针对商品的优劣、商品是否值得购入、小众商品圈子这一模块，通过打造会玩这一功能模块中的圈子、广场和热门予以满足，构建社交属性，主要是通过 UGC 满足用户交流社区的建立，生产优质内容，帮助用户获得更好的体验。

（2）内容需求

闲鱼 APP 一方面通过建立鱼塘，由 UGC 发布二手限制商品形成商品类别分类，主要内容包括商品介绍、价格（包括原价）、分类、品牌、成色等等，满足用户的交易需求；另一方面通过建立 UGC 用户交流社区，主要分享形式为视频或图文，出于社交习惯以及内容展示的特性，在原有基础上进行内容调整，内容生产主要以图为主，分享的内容有产品推荐和产品测评（类似小红书）、小众圈子讨论（类似百度旗下的贴吧）、短视频热门榜等，在打造

二手商品社区交流的同时，满足用户社交需求。

3.结构层

（1）信息架构

在范围层的基础上，要为功能的实现提供底层基础，而这就是结构层所要解决的问题，通过设计各个层级的习惯性交互和新式交互，减少用户的时间成本并提高用户的体验感。[4]从而得到用户的认可与喜爱。闲鱼 APP 结构分为 5 个部分，包括“闲鱼”、“会玩”、“卖闲置”、“消息”和“我的”，“闲鱼”为第一部分，主要是瀑布流式的商品展示；“会玩”部分主要是通过自己的闲置商品找到相同爱好的朋友，以便于交流更多专业的专业，并以商品为媒介进行交朋友，具备社交属性；居于 C 位的“卖闲置”为该产品的核心功能；“消息”部分主要为历史沟通记录，这一部分的单独列出有利于突出该产品的交易沟通功能；最后 “我的”部分于其他 APP 并无任何不同，具体的信息架构如图 1 所示。

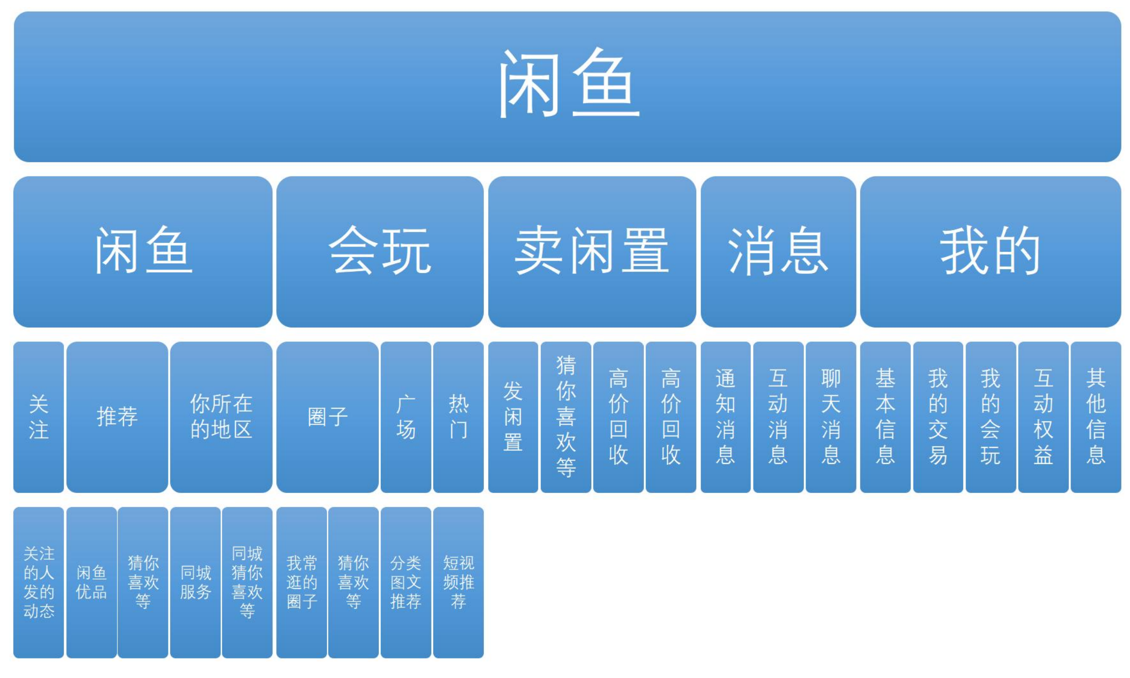


图 1 闲鱼 APP 信息架构

（2）交互设计

闲鱼 APP 的整体界面的交互设计以易操作为目标，拥有明确清晰且唯一的流程规划，其与淘宝 APP 的交互设计大体相似，尊重了用户过往的使用习惯，与淘宝等其他 APP 具有统一性，降低了用户的学习负担，同时也为用户提供了更为直观的操作方式进行引导，通过点击或手势即可呈现反馈，即使是由于认知和理解等原因所产生的偏差和错误操作，也可以通过反向操作回到原始状态。

[4] 刘卓,齐若璇:“新老年人”智能家居 APP 的用户体验设计研究[J].艺术与设计(理论),2022,2(02):90-94.

4.框架层

（1）界面设计

对于一款软件产品来说，界面的设计起着至关重要的作用，它是用户与软件产品进行信息交换的基础，因此界面的易用性也至关重要。在界面设计中，我们会把功能相近的页面放在一个按钮下，比如“闲鱼”按钮下的关注、推荐、地区定位划分，其为闲鱼 APP 的基础页面，也是用户最常浏览和使用的界面，其基本按照功能结构划分层级，最上面为固定搜索栏，其次是分区导航栏，最后全是根据日常的搜索和购买所进行的猜你喜欢的二手闲置商品推荐，这三个都旨在为用户提供向导，对二手闲置商品信息进行展示，通过商品的各类图片快速的向用户传递信息，吸引用户查看浏览，在尽可能小的页面中展示最丰富的信息；而“会玩”按钮下的圈子、广场和热门也是如此，区别不过是一个是圈子交流、一个是图文浏览、一个是视频浏览，但都旨在为用户提供社交功能，主要内容为内容社区、话题运营和话题策划；而面对以二手交易为主的产品，其核心功能操作流程简单，居于页面布局导航栏的中间位置，点开之后就可以根据指示快速走完流程进行二手商品售卖；消息界面则分为通知消息、互动消息和消息聊天，其中通知消息为官方发布的消息，互动消息为用户之间的评论与收藏、点赞等的消息通知；最后“我的”界面功能布局较多，灵活运用卡片，采用优化分类方式对功能进行布局，追求简洁明了、利于了解和操作。其整体页面的设计可以最快的让用户掌握该产品的主要核心功能，熟悉产品的其他功能，在最短的时间内玩转该产品。

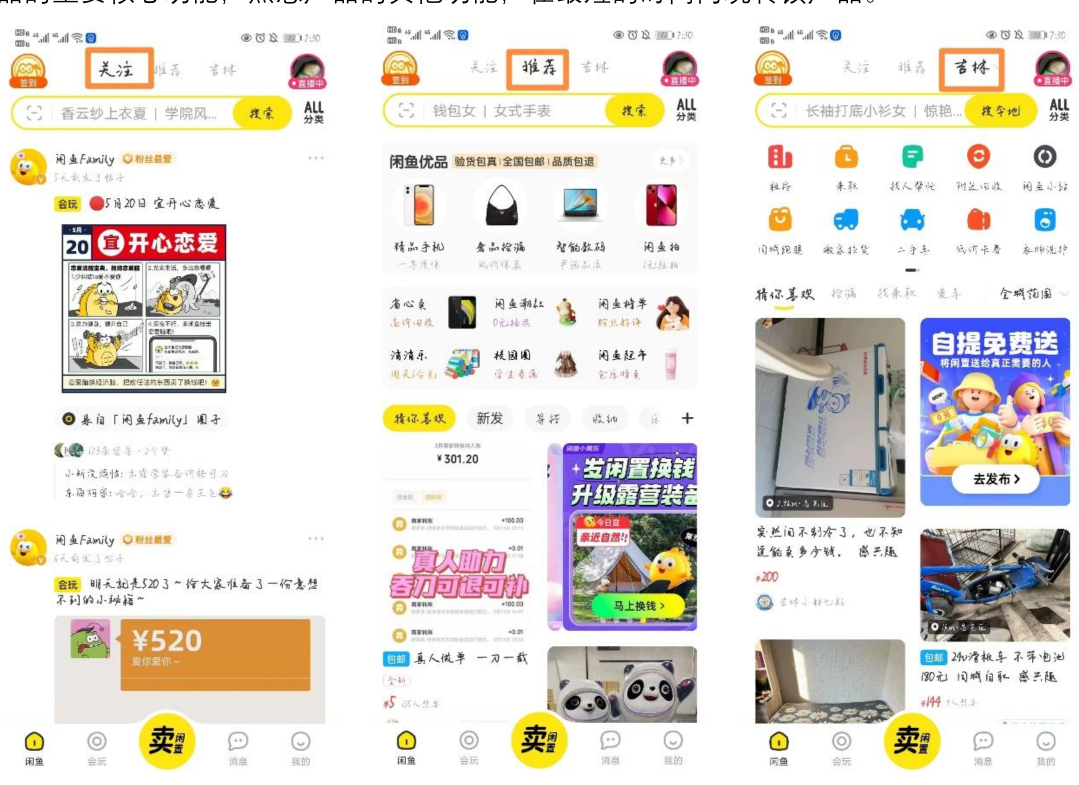


图 2 “闲鱼”各分界面

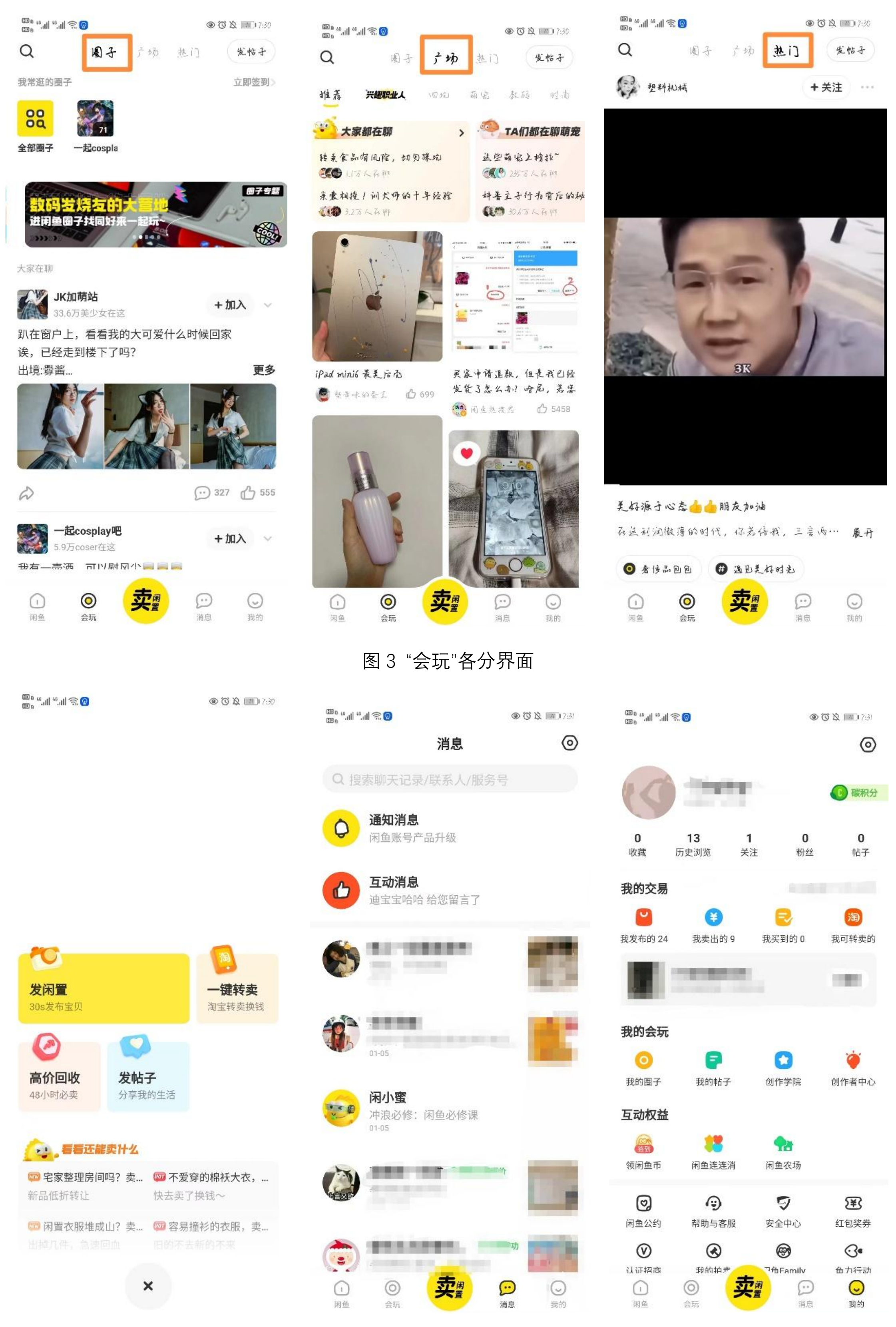


图 3 “会玩”各分界面

图 4 “卖闲置”“消息”“我的”界面

（2）导航设计

导航设计可以合理的完美展示产品的功能，并快速引导用户使用，帮助用户清晰的解答

“我从哪里来？”“我现在在哪里？”“我能到那里去？”的问题，闲鱼 APP 使用的是组合导航，即舵式导航+宫格式导航（如图 5），舵式导航像轮船上用来指挥的船舵，两侧是其他的操作按钮，与传统的标签式导航相比，舵式导航把核心功能放在中间，标签更加突出醒目，同时也对主功能标签做了扩展功能，而宫格式导航将一些入口集中在了主页面，各个入口之间相互独立，使得入口更为清晰，操作路径较短，扩展性也较好。两种导航方式组织在一起，可以实现闲鱼 APP 功能的清晰展示。



图 5 闲鱼 APP 导航设计

（3）信息设计

产品的信息设计应该根据产品功能需求来进行，对功能信息进行整理分类，按照功能优先级对信息进行层级划分，为用户的主要操作提供主要信息，帮助用户进行快速判断。[5]对于不同的信息应该通过不同的方式呈现，如闲鱼 APP 上的文字信息，有的通过变换字号和加粗等做到醒目，有的通过在文字下方加入简单的小图案如椭圆形或正方形等吸引用户注意；而图片信息因为本身具有大量的直观信息，有的设置成图标样式的椭圆形大小，有的通过摆放位置的差异来成为新的用户关注点；数据信息则直接通过转换成图标如收藏、评论等，直观明了，这些信息设置都通过了放大缩小、颜色替换、摆放位置等表明信息的重要性。

5.表现层

（1）图标设计

图标作为产品的服务以及品牌传播的视觉表达，应当具有视觉效果干净简洁，传递品牌特性，便于用户识别使用等特点。闲鱼 APP 的图标（如图 6）以黄色为底，顶上只有简单的

[5] 郭峰. 基于用户体验的儿童安全守护 App 设计研究[D].江西财经大学,2021.

闲鱼两个字，设计的虽然简单，但是却有很强的标识性，“闲鱼”这两个字在字体上分别进行了创新设计，整体上具有很强的视觉体验，黄色的使用也非常吸引用户的眼球，增强用户的视觉印象。因此，闲鱼 APP 的图标可以说是简单大方，视觉形象清晰，给用户留下了深刻的产品记忆，帮助用户快速的识别与判断。



图 6 闲鱼 APP 图标

（2）整体配色

色彩是产品表现层中非常重要的部分。好的品牌色彩能够帮助产品迅速抓住用户注意力，占据用户心智认知，使得用户将产品与颜色结合起来。而闲鱼 APP 是一款希望为用户提供安全交易的二手商品买卖产品，希望能够透出安全、稳定、温暖、快乐的产品特性，因而在颜色设计上面，闲鱼 APP 采用的是明亮的黄色，与其图标颜色保持一致，因为黄色就像阳光，可以给人带来一种温暖和幸福感，也会让用户产生相关积极的联想，可以让人想到购买好商品后就会开启幸福的生活，并且闲鱼 APP 整体黄色的色调也是与阿里巴巴旗下淘宝 APP 的橘黄色相适应，可以带过用户一种熟悉感与适应感。

（3）字体设计

文字是产品界面必不可少的部分，它是一个产品主要的表现形式，发挥着美观界面、解释图片、承载信息等重要作用。当前 APP 产品主要使用的字体是根据手机的差异进行区分，例如，苹果手机一般就会使用苹方，而安卓手机则会使用汉仪旗黑 45W 与汉仪旗黑 55W、华康金刚等，而闲鱼 APP 也是如此，整个 APP 使用相同的字体与样式，让用户感觉到清爽、页面整洁安静的同时，又不易产生阅读疲劳。而像“卖闲置”这三个字，可以看出是整个闲鱼 APP 设计最为与众不同的字体，可以让人们打开闲鱼 APP 软件一眼就注意到，强调了用户最应该关注的信息与功能。这种文字信息差异化的设计，使得用户阅读起来能够带来良好的视觉体验。

三、结语

随着移动互联网技术的进一步发展，二手交易 APP 也会获得越来越多的关注，与此相关的文献也会增多。本文基于用户体验要素理论，提出了闲鱼 APP 设计实践中的创新内容以及用户体验。在战略层研究中确定产品目标是致力于二手限制商品的交易及用户对于二手

交易需求；在范围层研究中确定了闲鱼 APP 的功能规格和内容需求，分别是二手商品发布与售卖、二手商品推荐功能以及小众圈子分享功能等；在结构层研究中确定 APP 的信息架构和交互设计，分别为“闲鱼”、“会员”、“卖闲置”、“消息”、“我的”五个部分；在框架层研究中分别分析了界面设计、导航设计和信息设计，详细分析了闲鱼 APP 的各个页面，确定导航栏为组合式导航；在表现层研究中对闲鱼 APP 的图标配色、整体配色、字体设计进行了分析。研究成果将有利于提高闲鱼 APP 的用户体验，为其他二手交易产品提供设计方法和参考建议。

四、参考文献

[1]张丽圆.基于民族志方法的“闲鱼”APP 用户研究[J].美与时代(上),2020(11):109-111.

[2]管佳丽,周俊良.基于“闲鱼”App 的应用对构建回收平台及二手交易的可行性分析[J].电脑知识与技术,2021,17(28):54-55.

[3]詹姆斯·加勒特,范晓燕,《用户体验要素：以用户为中心的产品设计》M,北京,机械工业出版社,2011,18-31.

[4]刘卓,齐若璇.“新老年人”智能家居 APP 的用户体验设计研究[J].艺术与设计(理论),2022,2(02):90-94.

[5]郭峰. 基于用户体验的儿童安全守护 App 设计研究[D].江西财经大学,2021.

[6]黄天瑶.基于用户体验的侗族刺绣 APP 交互设计研究[J].湖北工业职业技术学院学报,2021,34(03):81-84.

[7]武凯丽. 弱关系社交 App 的用户体验设计研究[D].北京交通大学,2020.